

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG MASALAH

Bila kita melihat dan mengamati pertumbuhan ekonomi yang terjadi pada bangsa Indonesia saat ini kita mengetahui bahwa negara kita sedang mengalami krisis ekonomi yang berkepanjangan sehingga hal ini mengakibatkan perusahaan-perusahaan harus mampu mengatur dan menerapkan suatu rancangan strategi yang dapat menunjang kelangsungan hidup perusahaannya, untuk itu sebuah perusahaan harus dapat memilih suatu strategi pemasaran yang benar-benar tepat sehingga perusahaan tersebut dapat bersaing dengan perusahaan pesaingnya.

Saat ini persaingan di bidang pemasaran semakin ketat dan transparan dengan munculnya banyak perusahaan-perusahaan pesaing yang akan memberikan alternatif pilihan yang lebih bervariasi pada konsumen untuk memilih perusahaan mana yang dianggapnya sesuai dengan keinginannya. Semula, persaingan berorientasi pada produk. Perusahaan-perusahaan berlomba-lomba untuk membuat produk-produk yang lebih baru dan lebih bervariasi, dengan asumsi bahwa, konsumen akan lebih memilih pada produk-produk baru yang lebih inovatif dibanding produk-produk yang sudah ada sebelumnya, dan perusahaan berusaha untuk meningkatkan penjualan produk-produknya dengan menggunakan strategi pemasaran yang tepat. Dengan penggunaan strategi itu diharapkan perusahaan meraih pangsa pasar yang besar

sehingga meningkatkan penjualannya dan bisa mencapai keuntungan yang besar, namun persaingan tidak berhenti sampai disini dan tetap berlanjut, karena itu perusahaan harus mencari terobosan lain untuk tetap dapat mempertahankan kelangsungan usahanya dimana perusahaan harus dapat mengembangkan orientasinya pada pelayanan yang diberikan untuk konsumen. Dengan pelayanan yang diberikan ini perusahaan mengharapkan supaya hasrat konsumen untuk membeli meningkat, sehingga menambah nilai perusahaan secara keseluruhan dan memberikan kepuasan kepada konsumen. Dari uraian di atas penulis mengambil obyek penelitian yang berbentuk toserba yaitu Sri Ratu yang berada di kota Madiun.

Penulis mengambil obyek di kota Madiun karena kota ini tidak terlalu besar namun toserba yang ada cukup banyak, sehingga persaingan yang terjadi antara toserba yang satu dengan yang lainnya cukup ketat. Sebagai salah satu toserba yang cukup terkenal di kalangan masyarakat Madiun, Sri Ratu berusaha mengutamakan kualitas layanan yang baik terhadap konsumen sebagai strategi persaingan untuk menghadapi persaingan dengan toserba-toserba yang lainnya. Asumsi yang diyakini oleh toserba Sri Ratu adalah jika kualitas pelayanan yang diberikan dapat memuaskan konsumen maka, dengan sendirinya akan menarik konsumen untuk membeli lagi, sehingga akan menjadikan konsumen tersebut sebagai pelanggan tetap pada toserba ini. Hal inilah yang menyebabkan penulis tertarik untuk menganalisis apakah konsumen sudah merasa puas dengan kualitas layanan yang diberikan oleh pihak toserba Sri Ratu.

Kualitas layanan yang diberikan terbagi atas 4 hal, yaitu :

1. Ketersediaan barang yang cukup lengkap
2. Display barang yaitu penataan berbagai macam produk di ruangan toko yang dibuat semenarik mungkin sehingga dapat menarik perhatian konsumen dan memudahkan pencarian barang yang dibutuhkan.
3. Sikap pramuniaga dalam melayani konsumen yang sedang berbelanja.
4. Proses penyelesaian komplain dari konsumen atas kerusakan barang yang dijual di toserba Sri Ratu.

Dengan kualitas layanan yang diberikan, pihak Sri Ratu berharap agar hal ini dapat menarik banyak konsumen untuk mau membeli, sehingga jika banyak konsumen yang mau membeli maka penjualan akan meningkat, laba yang diperoleh juga bertambah dan yang lebih penting, Sri Ratu tetap dapat mempertahankan kelangsungan usahanya dan bisa menghadapi persaingan dengan toserba-toserba lainnya.

1.2. PERUMUSAN MASALAH

- a. Apakah ada ketergantungan antara kepuasan konsumen dengan kualitas layanan yang diberikan oleh toserba Sri Ratu Madiun?
- b. Apakah ada perbedaan kepuasan yang dirasakan antara konsumen remaja dengan dewasa?

1.3. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui apakah ada ketergantungan antara kepuasan konsumen dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh toserba Sri Ratu Madiun.
- b. Untuk mengetahui apakah ada perbedaan kepuasan yang dirasakan antara konsumen remaja dengan dewasa.

1.4. MANFAAT PENELITIAN

- a. Bagi penulis

Dapat menambah wawasan penelitian dan membandingkan antara teori yang sudah diperoleh penulis selama di bangku kuliah dengan kenyataan yang ada di dalam perusahaan sehingga dapat mengaplikasikan untuk memecahkan masalah.

- b. Bagi perusahaan

Memberikan info kepada pihak perusahaan mengenai perilaku konsumen di dalam melakukan pembelian sehingga dapat digunakan sebagai informasi dalam menerapkan strategi pemasaran yang efektif dan efisien untuk mendapatkan laba yang maksimal.

- c. Bagi Fakultas Ekonomi Widya Mandala Surabaya

Dapat menambah perbendaharaan perpustakaan dan sebagai bahan pertimbangan serta perbandingan bagi pembaca yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut.

1.5. SISTEMATIKA SKRIPSI

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas dan sistematis mengenai penyusunan skripsi ini, akan diuraikan secara garis besar mengenai urutan pembahasan skripsi yang terbagi atas 5 bab yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika skripsi.

BAB II: TINJAUAN KEPUSTAKAAN

Bab ini berisi tentang teori-teori yang digunakan sebagai dasar penelitian. Dasar teori yang digunakan berhubungan dengan perilaku konsumen antara lain: pengertian pemasaran, manajemen pemasaran, perilaku konsumen, kepuasan konsumen, kualitas layanan, dan hipotesis.

BAB III: METODE PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan mengenai identifikasi variabel, definisi operasional, jenis dan sumber data, prosedur pengumpulan data, prosedur penentuan sampel dan teknik analisis data.

BAB IV: ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang gambaran umum obyek penelitian, deskripsi data, analisis data, dan pembahasan.

BAB V: SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini penulis menyajikan simpulan yang didasarkan pada pembahasan sebelumnya dan saran-saran yang diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran yang berguna bagi perusahaan untuk mendukung keberhasilan perusahaan memperoleh laba yang optimal.

